

Miguel Ángel Aguilar

## Die Politisierung der Medien

Der Großteil der spanischen Medien ist rechts bis ultrarechts eingestellt – mit einigen Ausnahmen, die sich gemäßigt rechts oder auf einer an der Marktwirtschaft orientierten und entschärften Linken ansiedeln. Wie in den anderen Ländern der EU und dem Rest des demokratischen Westens bewegt sich auch in Spanien die Zahl der Medien mit einer ausgesprochen linken Ausrichtung langsam gegen Null. Sie sind vom Aussterben bedroht, weil ihnen ihre ursprünglichen Ideale und Überzeugungen abhandengekommen sind und sie nicht in der Lage sind, sich auf die neuen Herausforderungen einzustellen.

Gutenberg freute sich, dass dank der Druckerpresse die Bibel schneller vervielfältigt werden konnte. Doch mit der Zeit verselbständigte sich die Erfindung und führte zur Verbreitung selbst von kommunistischem Gedankengut, etwa durch *Das Kapital*. Die Zeitungen schienen sich zunächst nur an einen kleinen Kreis auserlesener und gebildeter Großbürger zu richten. Doch Ende des 19. Jahrhunderts begannen sie, sich dem Kampf für soziale Veränderungen zu verschreiben und sich in eine “zukunftssträchtige Waffe” zu verwandeln. Sie überwandern die ursprüngliche Begrenzung auf exklusive Leserkreise und wurden zu einer Art erstem Massenkommunikationsmittel für die breiten Schichten der Bevölkerung. Für die politische und gewerkschaftliche Unterweisung von Bürgern und Arbeitern, die ihre Entfremdung überwinden wollten, war die Presse ein hervorragendes Medium.

Mit der zunehmenden Alphabetisierung hätte die fortschrittliche linke Presse eigentlich im Vorteil sein müssen, da ihre Anhängerschaft viel größer war und sie sich entsprechend besser verkaufen ließ als die Blätter mit anderer ideologischer Ausrichtung – vorausgesetzt, es stimmt, dass benachteiligte Bevölkerungsschichten zur Linken tendieren. Doch dann hieß es, das wichtigste Standbein der Zeitungen und Zeitschriften sei nicht länger die Höhe der verkauften Exemplare. Ihre wertvollste Eigenschaft war die als Werbeträger. Noch konnte man denken, die Auflage spiele dabei eine Rolle und würde sich im Preis für die Werbeseiten niederschlagen; doch sogleich wurden neue Bewertungskriterien eingeführt: statistische Angaben über das Leserprofil. Künftig spielten Alter, Geschlecht, Bildungsniveau, Konsumverhalten und Kaufkraft die größte Rolle.

Daraus erklärt sich, weshalb bei den Sporttageszeitungen, die in Spanien zu den meistverbreiteten Presseerzeugnissen gehören, die Anzeigenpreise niedriger sind, als es die hohen Verkaufszahlen erwarten lassen. Denn die Leser der Sportpresse

gelten als wenig kaufkräftig. Umgekehrt werden die Wirtschaftstageszeitungen mit einer minimalen Auflage als begehrte Werbeflächen geschätzt, weil sie Leser mit einem sehr hohen Kaufkraftniveau erreichen. Kurzum, der Leser-Bürger oder Leser-Arbeiter hat verloren; was zählt, ist der Leser-Konsument. Um es mit George Orwell auszudrücken: Obwohl alle Leser gleich sind, wenn sie eine Zeitung kaufen, sind einige *gleicher* als andere, wenn es darum geht, Werbung anzulocken. Auf dieser Ungleichheit basiert der Einfluss der Presse und folglich ihr wirtschaftliches Überleben.

Dieser kurze Abriss erklärt (pauschalisierend) den allgemeinen Untergang der linken Presse, die ursprünglich von Parteien und großen Gewerkschaften ins Leben gerufen wurde oder ihnen zumindest nahestand. Sie geriet in finanzielle Schwierigkeiten und wurde schließlich abgelöst von der sensationalistischen Boulevardpresse, die nicht auf Information, sondern auf die Verherrlichung des Vulgären setzt, auf die morbide Ausschachtung von Sex und Verbrechen, auf Erpressung und den Verzicht auf jegliche pädagogische Absicht oder politische Verpflichtung. Dieses Angebot zieht neunmal mehr Leser an als die qualitativ hochwertige Presse. Aus diesem Ungleichgewicht bei den Leserwünschen lässt sich nur der Schluss ziehen, dass nirgends geschrieben steht, das Gute müsse auch eine größere Verbreitung finden. Der Journalist Francisco Cerecedo erinnerte an den vielzitierten Satz der Anarchisten über die Vorzüglichkeit des Abfalls: Millionen Fliegen können sich nicht irren. Und die Schriftstellerin Carmen Martín Gaité stellte die Menschen auf eine Stufe mit den Hühnern: Wenn man ihnen Weizen anbietet, suchen sie im Mist. Die unerträglichen Lobeshymnen, die Luis María Anson – der sich selbst gern „Prinz der spanischen Journalisten“ nennen lässt – auf die Presse hält, weil die Leser täglich freiwillig ihr Lieblingsblatt kaufen, wirft ein trübes Licht auf den Zustand der Gesellschaft.

Auf die kämpferische linke Presse trifft folgende Definition des Lyrikers Gabriel Celaya (1911–1991) zu, auch wenn er sie auf die Dichtung münzte: „Es handelt sich nicht um eine Buchstabe für Buchstabe durchdachte Poesie. Sie ist kein schönes Werk, keine perfekte Frucht. Sie ist eher wie die Luft, die wir alle atmen. Und die ist Gesang, der alles aufspannt, was wir in uns tragen. – Es sind Worte, die wir alle wiederholen, weil sie unsere Worte sind und fliegen. Sie sind mehr noch. Sie sind dringend geboten: Sie haben einen Namen. Sie sind der Schrei gen Himmel, und auf der Erde sind sie Taten.“ Eine passende Grabinschrift für die dem Klassenkampf verpflichteten Zeitungen, die heute in Spanien und den anderen Ländern unseres Kulturkreises verschwunden sind.

Kommen wir auf den medialen Hofstaat der konservativen Volkspartei (*Partido Popular*, PP) zu sprechen. Er zeichnet sich vor allem durch zwei Eigenschaften aus: Sanftmut, als der PP regierte, und die aggressive Empörung des „jetzt ist alles

erlaubt“ während der Jahre, in denen die Partei sich von der Macht vertrieben sah, weil die Sozialisten die Regierung stellten. Außer diesem der Volkspartei verpflichteten Hofstaat bleiben sehr wenige Medien übrig: die Gruppe, deren Flaggschiff *El País* ist, mit einer gemäßigten Ideologie, die man auch nicht mehr links nennen kann; *El Periódico de Catalunya* der angriffslustigen Gruppe *Zeta*; das eine oder andere sich als resistent erweisende Blatt, wie die Wochenzeitschrift *El Siglo* oder die neue Tageszeitung *Público*, mit kurzer Geschichte und unsicherer Zukunft, die davon lebt, dass sie unverhohlen den Regierungschef José Luis Rodríguez Zapatero unterstützt.

Unabhängig von der politischen Tendenz der einzelnen Zeitungen und Zeitschriften lassen sich mindestens drei für Spanien einzigartige strukturelle Besonderheiten im Bereich der Printpresse ausmachen: erstens, das Fehlen von Boulevardzeitungen, mit der negativen Folge, dass die gesamte Presse sensationalistische Züge annimmt und der Maßstab, den die Qualitätszeitungen an sich selbst anlegen, sinkt. Zweitens ist in Spanien der Markt für die Regenbogenpresse übermäßig groß, und zwar in Zahl, Verbreitung und Umsatzvolumen; in anderen Ländern gibt es sehr viel weniger Titel mit einem weitaus geringeren Umsatz. Drittens verschwinden die allgemein informierenden Wochenmagazine, weil sie nicht in der Lage sind, die Konkurrenz durch die umfangreichen Wochenendbeilagen der Tageszeitungen aufzufangen.

Hinzu kommt ein langsamer, aber nicht rückgängig zu machender Prozess bei den Zeitungen und Zeitschriften der Provinzhauptstädte, die sich jahrzehntelang in den Händen traditionsreicher Familien befanden und sich plötzlich in Gruppen konzentrieren. Sie haben sich Konzernen angeschlossen, die Geld verdienen wollen und auf Unterhaltung setzen. Diese Gruppen wiederum sind spätestens dann zu Multimediakonzernen geworden, als die Zeitungsbesitzer – auf nationaler, regionaler und kommunaler Ebene – erfolgreich bei den diversen Regierungen vorsprachen und erreichten, dass man in ihnen die idealen Kandidaten für die Vergabe von Konzessionen und Frequenzen für Radio und Fernsehen erkannte. So bauten sie ihr Geschäft aus, zu den Printmedien kamen die Radiosender und schließlich die Fernsehkanäle hinzu. Und sie bildeten Konzerne, die mit unternehmerischer Logik erfolgreich auf Gewinn setzen.

Doch dieses Gewinnstreben und vor allem die bekannten Synergien der Multimediakonzerne führten zu einer Abnahme der kritischen Unparteilichkeit bei den Zeitungslesern wie auch bei den Radiohörern oder Fernsehzuschauern – Publikumsgruppen, die man getrennt betrachten muss, obwohl sie den Unternehmern gern als Glieder einer (Medien-)Kette gelten. In der Folge beobachteten die Leser von *El País* beispielsweise, dass die Bücher oder Filme aus firmeneigenen Verlagen oder Produktionen besser besprochen werden als die anderer Konzerngruppen. Das gilt

genauso für *ABC* oder *El Mundo*, seit sie zu Multimediaunternehmen mit Radiosendern, Fernsehkanälen, Filmproduktionen und Buchverlagen gehören. Dies ist kein ungewöhnlicher Prozess, kommt er doch auch in anderen Ländern vor, wie man dem Buch *The News About the News. American Journalism in Peril* (2002) von Leonard Downie und Robert G. Kaiser entnehmen kann, die beide 40 Jahre lang zur Redaktion der *Washington Post* gehörten. Nur kann das kein Trost sein. Wie die beiden Amerikaner schreiben, ist nämlich das Schicksal des guten Journalismus in diesem Jahrhundert der Hauptindikator für die Gesundheit unserer Gesellschaft. Die Entwicklungen überschlagen sich, aber Ansehen und Glaubwürdigkeit der Medien richten sich nach einer Skala, die umgekehrt zu ihrer Reichweite bemessen wird. Die Printpresse ist das wichtigere Medium: Sie findet weniger Verbreitung, aber ihr Einfluss ist entscheidend, beispielsweise auf die Journalisten der Radio- und Fernsehredaktionen.

In seinem hervorragenden Buch *El déficit mediático* (2005) kommt Bernardo Díaz Nosty zu dem Schluss, dass die Angleichung der makroökonomischen Daten Spaniens an die der EU nicht für die Medien gilt: In Spanien wird wenig gelesen, und die beim Publikum bevorzugten Programme in Radio und Fernsehen sind nicht die, die über Aktuelles informieren, sondern die Spaß und Unterhaltung bieten. Seiner Meinung nach ist es dieses mediale Angebot, das die öffentliche Debatte bestimmt und das im Vergleich zu dem anderer Länder im Norden der EU von geringerer Qualität ist. Dieses Angebot speist sich aus dem Konsum der Medien und der Kulturindustrien, die durch ihre tägliche Verbreitung heute die für das Allgemeinwissen entscheidenden Werte bilden.

Zu diesen Strukturen kommen konjunkturelle Faktoren hinzu, die die Situation der Medien seit Beginn der soeben zu Ende gegangenen Legislaturperiode (2004–2008) bestimmten. Dazu ein kurzer Rückblick: Während der zweiten Regierungszeit von José María Aznar (2000–2004) tendierte der durch eine absolute Mehrheit gestützte Regierungschef immer mehr zu Arroganz. Er verkündete, Spanien endlich aus dem Schatten der Geschichte ins Licht rücken zu wollen, und erreichte, dass das Land zum bloßen Handlanger des US-amerikanischen Präsidenten George W. Bush wurde. Nebenbei kündigte er sämtliche mit den übrigen politischen Kräften im Parlament getroffenen Vereinbarungen auf, auch die außenpolitischen, und führte das Land in den Irakkrieg. Breite Schichten der Bevölkerung quittierten dies mit offener Ablehnung.

Hinsichtlich der Medien unternahm Aznar nichts, um die lange verschleppte Krise des öffentlichen spanischen Radio- und Fernsehsenders RTVE zu beheben; vielmehr bediente er sich nur noch verstärkt der Tradition, Radio und Fernsehen in den Dienst der jeweiligen Regierung zu stellen. In dieser zweiten Legislaturperiode

Aznars herrschte auf Informationsebene mit dem Generaldirektor Antonio Sánchez und dem Nachrichtenchef Alfredo Urdaci völlige Einseitigkeit. Aznar war, als er sich von den Journalisten schlecht behandelt fühlte, nach kurzer Überlegung zu dem Schluss gekommen, dieses Unglück sei darauf zurückzuführen, dass er sozusagen ein mediales Waisenkind war, und wollte Abhilfe schaffen. Er erinnerte sich, dass schon der erste Regierungschef der Demokratie, Adolfo Suárez, auf *Televisión Española* und *Radio Nacional* sowie die gesamte komplexe Zeitungs- und Radiolandschaft der ursprünglich franquistischen und dann in "Soziale Kommunikationsmedien des Staates" umbenannten Organe zählen konnte.

Auch Aznars Vorgänger Felipe González, der diese Medien privatisieren ließ, hatte sich Freunde gemacht, als er die ersten Konzessionen für private Fernsehsender an *Antena 3*, *Tele 5* und *Canal+* verteilte. Aznar befand, dass González sich vorteilhafte Beziehungen zum PRISA-Konzern geschaffen hatte, zu dem die Tageszeitung *El País* gehörte; und er beschloss, mit Blick auf *Cadena SER* und *Canal+* die Gründung eines eigenen, ihm günstig gesonnenen Medienkonzerns. Dies wurde ihm besonders leicht gemacht durch die finanzkräftige *Telefónica*, die ursprünglich staatliche Telefongesellschaft, die gerade privatisiert wurde und deren Präsident Aznars loyaler Schulfreund Juan Villalonga wurde. *Telefónica* kaufte einen der drei privaten allgemein informierenden Fernsehkanäle, *Antena 3*, und die Radiokette *Onda Cero*. Zu dieser mächtigen Basis kamen bald Printmedien hinzu.

Der PRISA-Konzern mit seinem Flaggschiff *El País* und seinen Sympathien für Felipe González wurde für Aznar zum größten Feind. Vom Präsidentschaftsministerium aus und unter Mithilfe von Journalisten mit offen falangistischer Vergangenheit, wie Jaime Campmany und Miguel Platón, wurden gegen *Sogecable* Anschuldigungen erhoben mit dem Ziel, den Vorsitzenden des Konzerns, Jesús de Polanco, und mehrere seiner führenden Mitarbeiter vor den Nationalen Gerichtshof zu bringen. Am Ende wurde der zuständige Richter, Javier Gómez de Liaño, wegen Rechtsbeugung verurteilt – und von der Regierung Aznar begnadigt.

Zur gleichen Zeit nutzte Aznar die Möglichkeit der bis zu 25%igen Beteiligung einzelner Personen oder Firmen an Fernsehkanälen und beförderte so seinen Freund Silvio Berlusconi zum Mehrheitsaktionär von *Tele 5*. Die italienische Präsenz verstärkte sich noch, als die Gruppe RCS mehrheitlich die Tageszeitung *El Mundo* und die Gruppe *Recoletos* übernahm, die die Sporttageszeitung *Marca* und die täglich erscheinende Wirtschaftszeitung *Expansión* herausgibt.

Die Angriffslust von Aznars Volkspartei entsprang der Verzweiflung während der langen Jahre, in denen (seit 1982) die Sozialisten an der Macht und nicht zu schlagen waren. Deshalb lautete ihr Motto ab 1989 und stärker noch ab 1993, als sie bei den Wahlen wieder unterlag, "alles ist erlaubt", um Felipe González aus dem

Amt des Regierungschefs zu vertreiben. Der Satz "Verschwinden Sie, Herr González!" wurde zum ständig wiederholten Leitmotiv, und man versuchte, die vielen Jahre seiner Regierungsarbeit auf die Schlagworte "Arbeitslosigkeit, Verschwendung, Korruption" zu reduzieren. Die Partei verschärfte das angespannte politische Klima durch ihren aggressiven Politikstil und benutzte sogar den Antiterrorkampf als Waffe. Sie, die im Kampf gegen ETA selber gern auf illegale Mittel zurückgegriffen hätte, schwang sich nun dazu auf, die gewalttätige Anti-Terroreinheit GAL zu denunzieren – Jahre nachdem diese von der sozialistischen Regierung zerschlagen worden war.

Die Volkspartei initiierte darüber hinaus eine mediale Verschwörung, der sich der damalige Chefredakteur von *ABC*, Luis María Anson, der Chefredakteur von *El Mundo*, Pedro José Ramírez, sowie Antonio Herrero und Federico Jiménez Losantos vom mehrheitlich der Bischofskonferenz gehörenden Radiosender COPE und andere treue Freunde anschlossen. Dabei bedienten sie sich des abtrünnigen Geheimdienstkommandeurs Perote und zählten auf die Finanzierung durch Mario Conde, den ehemaligen Präsidenten des *Banco Español de Crédito* (Banesto), der sich, seines Amtes enthoben, in den Händen der Justiz befand. Als die Volkspartei bereits an der Regierung war, gab Anson im Gespräch mit dem Journalisten Santiago Belloch, abgedruckt in der Wochenzeitung *Tiempo*, zu, dass die Verschwörer "die Stabilität des Rechtsstaates gefährdeten", da seiner Meinung nach bei dem Versuch, Felipe González abzusetzen, unzulässige Mittel zum Einsatz kommen sollten.

Auf der anderen Seite gab es echte Skandale bei den Sozialisten – etwa die Flucht des ehemaligen Chefs der *Guardia Civil*, Luis Roldán –, die von der ungeduligen Volkspartei weidlich ausgenutzt wurden und den Verschwörern zusätzliche Munition an die Hand gaben. Die Polarisierung von Presse, Radio und Fernsehen erreichte in den letzten Jahren der Regierung González ein bis dahin unbekanntes Ausmaß an Spannung und Aggressivität. Während der acht Jahre unter José María Aznar kühlte sich die aufgeladene Stimmung merklich ab, um sofort wieder zu eskalieren, als José Luis Rodríguez Zapatero am 14. März 2004 die Wahlen gewann.

Alle Chronisten stimmen darin überein, dass das arrogante Vorgehen und die Lügen nach den Attentaten vom 11. März 2004 der konservativen Regierung schaden und anderthalb Millionen mehr Wähler mobilisierten als erwartet. Wahlsieger wurde die Spanische Sozialistische Arbeiterpartei (*Partido Socialista Obrero Español*, PSOE), als sich der Kandidat der Volkspartei, Mariano Rajoy, eigentlich schon als der sichere Sieger sah. Offensichtlich war es Pedro Arriola, der Wahlkampfberater des amtierenden Regierungschefs José María Aznar, der die PP-Führung gleich nach dem Attentat davon überzeugte, dass sie die drei Tage später stattfindenden Wahlen gewinnen würden, wenn die Täter zur ETA gehörten. Wenn Al-Qaida hinter

den Morden stünde, würde das als Vergeltung für die spanische Unterstützung der USA im Irakkrieg gewertet werden, und die Wahl wäre für die Volkspartei verloren. Ab da kam es zu offensichtlichen Widersprüchen zwischen den Untersuchungsergebnissen der Polizei und der kasernierten *Guardia Civil* einerseits, die noch am selben Tag die ersten der Attentate verdächtigten Islamisten festnahmen, und den Erklärungen des Innenministers Ángel Acebes andererseits, der behauptete, alles deute auf die Täterschaft der ETA-Terroristen hin.

Aznar verschanzte sich im Moncloa-Palast und weigerte sich, mit den führenden Politikern der anderen Parteien zu sprechen oder das Parlamentspräsidium einzuberufen. Stattdessen rief er für den darauffolgenden Abend (12. März) zu einer Demonstration auf, ohne sich mit den anderen politischen Kräften abgesprochen zu haben. Diese Demonstration, an der alle parlamentarischen Gruppierungen sowie die Regierungschefs befreundeter Länder und die Präsidenten der Europäischen Kommission sowie des Europaparlaments teilnahmen, endete mit dem vielfach skandierten Ruf "Wer war es?", den eine aufgebrachte Menge gegen die Nachrichtenmanipulation durch die Regierung lancierte. Noch am 13. März, am Vortag der Wahlen, wurden die Spuren und Hinweise der Polizei, die alle in dieselbe Richtung wiesen, von Aznars Ministern übergangen, damit sie die 191 Toten auf das Konto von ETA setzen konnten. Die amtierende Außenministerin, Ana Palacio, instruierte die Botschafter, damit sie vor den Regierungen und gegenüber den Medien der Länder, in denen sie akkreditiert waren, in der Frage der Täterschaft an der mittlerweile als falsch erwiesenen Behauptung festhielten. Sie mobilisierte selbst den Ständigen Vertreter bei den Vereinten Nationen, um vom Sicherheitsrat eine Resolution zu jener imaginären baskischen Autorschaft verabschieden zu lassen, die am Sonntag (14. März) bereits ausgeschlossen war.

Die konservative Volkspartei weigerte sich, die Wahlniederlage vom 14. März 2004 zu akzeptieren. Wie die Fans einer Fußballmannschaft behaupteten die Anhänger und Wähler der Rechten, kaum dass sie das Wahlergebnis erfahren hatten, dass man sie "um den Sieg gebracht" hatte. Sie waren nicht allein. Das mediale Orchester unter ihrem Dirigenten Pedro José Ramírez, Chefredakteur von *El Mundo*, und die zu neuem Kampfgeist angestachelte katholische Kirche mit ihrem Radiosender COPE schlugen in dieselbe Kerbe. Die Haltung von José Antonio Zarzalejos, Chefredakteur der konservativen Tageszeitung *ABC*, war entscheidend dafür, dass die hier bewiesene Parteilichkeit keine allzu extremen Formen annahm. Er weigerte sich nach den ersten Monaten, der von *El Mundo* und COPE eingeschlagenen Linie weiter zu folgen. Zarzalejos wurde daraufhin Zielscheibe von Attacken jener Medien, die *ABC* auf ihrer Seite wähten und nun bitter enttäuscht waren, wobei COPE den Chefredakteur und seine verräterische Zeitung Tag für Tag auf das Hef-

tigste beschimpfte und den Abonnenten empfahl, zum Telefon zu greifen und das Blatt zu kündigen. Praktischerweise wurde die Telefonnummer gleich mitgeliefert.

Erstaunlicherweise überlebte *ABC* diese Attacks mit der ausgesprochen christlichen Haltung, die darin besteht, auch die andere Wange hinzuhalten. Die Zeitung legte weiterhin jeden Freitag die von der Madrider Diözese herausgegebene religiöse Beilage *Alfa y Omega* bei – ein Beispiel dafür, wie man im Rahmen der sieben geistigen Werke der Barmherzigkeit „denen, die uns beleidigen, gern verzeihen“ kann. Doch niemand honorierte diese Haltung. Am 31. Oktober 2007, am Tag der Urteilsverkündung im Prozess gegen die Angeklagten der Attentate vom 11. März 2004, wurde Zarzalejos zu einer Sitzung zitiert, auf der ihm von hohen Vertretern der Verlagsgruppe, zu der *ABC* gehört, nahegelegt wurde, es sei an der Zeit einzulenken. Gestützt auf Passagen aus dem Gerichtsurteil solle *ABC* darauf beharren, dass die Autorschaft des Attentats weiter untersucht werden müsse. Damit würde sich die Zeitung der Verschwörungstheorie anschließen, wie sie von *El Mundo* und vom Radiosender COPE mit ihren Manipulationen unermüdlich verkündet wurde.

Man mag von Zarzalejos' langjähriger Tätigkeit als Chefredakteur von *ABC* halten, was man will; anzuerkennen ist, dass seine Weigerung, diese Manipulationen mitzumachen, die Ehre der spanischen Rechten gerettet und eine Destabilisierung der Demokratie in schwierigen Zeiten verhindert hat. Als Quittung dafür wurde Zarzalejos im Februar 2008 von einem Tag auf den anderen als Chefredakteur abgesetzt. Sein Nachfolger wurde Ángel Expósito, der bis dahin die Nachrichtenagentur *Europa Press* geleitet hatte; und 72 Stunden später wurden an die Spitze der Zeitung drei Journalisten berufen, die zur Konkurrenzzeitung *La Razón* gehörten, die sich aber vor allem Verdienste als Mitarbeiter von Federico Jiménez Losantos bei COPE und seiner online-Publikation *Libertad digital* erworben hatten: zwei Organe, die sich bei den Attacks gegen *ABC* ganz besonders hervorgetan hatten. Somit ein Fall von beispielhafter Kohärenz oder, wie die Römer gesagt hätten: *sic transit constantia mundi* ...

Die Kirche hatte in Spanien nach triumphalen Jahrzehnten des "Nationalkatholizismus", die auf die Erhebung gegen die Republik im Bürgerkrieg und im Franquismus folgten, schließlich erkannt, dass Francos Regime vergänglich war; und da sie sich selbst für eine unvergängliche Institution hält, hatte sie es für unklug gehalten, das Regime bis zu seinem Ende zu begleiten. Sie stand darin im Einklang mit dem Vatikan, der annahm, dass – ähnlich der Entstalinisierung nach Stalin oder der Entmaoisierung nach Mao – nach Franco eine "Entfrancoisierung" eintreten würde. Dementsprechend hatte die Bischofskonferenz es dem niederen Klerus und einigen religiösen Orden erlaubt, sich zum Regime in einer gewissen Distanz zu halten. Sie wurden zur Anlaufstelle für die Gewerkschaften im Untergrund, für die Studentenbewegung und Oppositionspar-



teien, die für die Einhaltung der Menschenrechte und die Freiheit eintraten. Es gab sogar den einen oder anderen Prälaten, der vorsichtige Kritik verlauten ließ, was der damalige Regierungschef, Luis Carrero Blanco, als unverzeihliche Undankbarkeit derer anprangerte, denen das Regime so viel zuteil werden ließ.

König Juan Carlos I. erhielt bei seinem Amtsantritt als Staatsoberhaupt im November 1975 seine feierlichsten Weihen und seine internationale Anerkennung Tage nach dem eigentlichen Amtseid, als in der Hieronymiten-Kirche vom Madrider Erzbischof Kardinal Enrique y Tarancón ein *Te Deum* gesungen wurde. Die Predigt Tarancóns war ein Aufruf zur Versöhnung, eine Botschaft der Hoffnung, mit der die Kirche offiziell ihre nationalkatholische Haltung ablegte und sich als "Kirche der Eintracht" präsentierte. Dreißig Jahre später ist diese versöhnliche Haltung gänzlich verschwunden, und die Kirchenhierarchie sät erneut Hass. Dafür bedient sie sich eines Radiosenders wie COPE und nicht etwa der Kanzeln ihrer Kirchen, die sich nicht einmal mehr sonntags auch nur halb füllen.

Die Katholiken, die sich in Spanien traditionell nicht vom "normalen" Volk unterscheiden ließen, haben in den letzten Jahren ein eigenes Profil gewonnen. Sie gehen auf die Straße, organisieren lautstark Demonstrationen und schwingen Transparente mit aggressiven Sprüchen, statt in der Stille der Kirchen in sich zu gehen und zu beten. Sie folgen darin dem früheren Papst Johannes Paul II., der gern auf Spektakel zurückgriff, auf Massenaufmärsche außerhalb der heiligen Hallen oder der Osterprozession, um die Plätze nicht so sehr mit betenden oder büßenden Gläubigen als vielmehr mit "Fans" zu füllen. Zu ihnen gehören die "Legionäre Christi", die Neokatechumenen oder die Aktivisten der Laienorganisation *Opus Dei*. Bei diesen Veranstaltungen findet keine Sakramentsfeier statt, wie auf den eucharistischen Kongressen; es herrscht dagegen ein buntes Durcheinander von Rucksäcken, Schlafsäcken, belegten Brötchen, Gitarren und skandierten Parolen, wie auf dem Petersplatz und Umgebung beim Tod des Papstes am 2. April 2005 gut zu beobachten war.

In der Nacht vom 14. März 2004 trat José Luis Rodríguez Zapatero nach seinem Wahlsieg in der Calle Ferraz, dem Sitz des PSOE, vor die versammelte Menge und versprach unter den "Enttäusch uns nicht!"-Rufen seiner Anhänger, ihn werde die Macht nicht verändern. Aber keiner bleibt angesichts einer solchen Wende verschont. Kaum hatte er sich im Moncloa-Palast eingerichtet, änderte sich sein Blickwinkel. In den Medien bestimmten größtenteils die Leute, die ihn im Wahlkampf beraten hatten: Miguel Barroso, beispielsweise, wurde Regierungssprecher; Antonio García Ferreras, wie Zapatero aus León stammend, wurde Intendant des Radiosenders SER, José Miguel Contreras Vorstandssprecher von *Globomedia*. Der neue Regierungschef, so war schnell erkennbar, würde nicht das zwiespältige Erbe von Felipe González antreten.

Sogleich wurde versucht, mit der Zeitung *El Mundo* Frieden zu schließen, und ihr Chefredakteur Pedro J. Ramírez wurde mit Gefälligkeiten überhäuft. Die frisch an die Regierung gelangte Mannschaft sah sich als Neutestamentler und wollte eigene Ideen präsentieren; unter die offenen Rechnungen der Alttestamentler um Felipe González wurde ein Schlussstrich gezogen. Die Medien des PRISA-Konzerns galten der neuen Regierung als allzu loyal gegenüber ihren sozialistischen Vorgängern und nicht hinreichend linientreu gegenüber der neuen Garde – nach dem Motto: Für die Regierung ist jede Unterstützung dürftig und die aller kleinste Kritik überspitzt.

Der hetzerische Radiosender COPE galt nun geradezu als Geschenk des Himmels, wenn man davon ausging, dass es einen Boomerang-Effekt geben könnte, denn er war willkommen, um die eigenen Anhänger in Alarmbereitschaft zu halten. In diesem Sinne erklärt sich auch, dass die Regierung Zapatero den Pressesprechern der großen Unternehmen empfahl, im morgendlichen Programm „La Mañana“ von Federico Jiménez Losantos Werbung zu schalten. Die beleidigenden Ausfälle dieses Journalisten sind geradezu maßlos. Er attackiert König Juan Carlos und den Regierungschef, aber auch den Oppositionsführer und Vorsitzenden der Volkspartei, Mariano Rajoy, sobald dieser von der gebotenen Linie abweicht. Selbst der päpstliche Nuntius in Spanien, Monsignore Monteiro, wurde von Losantos durch die heiligen Mikrophone als Freimaurer beschimpft, nachdem er gewagt hatte, Zapatero zum Abendessen in die päpstliche Gesandtschaft einzuladen. Keine dieser verbalen Attacken hatte Konsequenzen. Vielleicht wird der im März 2008 zum neuen Vorsitzenden der Bischofskonferenz gewählte rechtskatholische Kardinal Antonio María Rouco Varela etwas gegen Jiménez Losantos unternehmen; vielleicht aber, so meint ein befreundeter Journalist listig, würde Zapatero den Kardinal daran hindern – dies mit den biblischen Worten „Lege deine Hand nicht an den Knaben und tue ihm nichts!“

Kommen wir auf den Beginn der ersten Legislaturperiode von José Luis Rodríguez Zapatero zurück. Der Regierungschef wollte seine im Wahlkampf gegebenen Versprechen einhalten und ging daran, der Instrumentalisierung des öffentlichen Rundfunks durch die Regierungen ein Ende zu machen. Alle Regierungen seit der *transición* haben Radio und Fernsehen (RTVE) als hauseigenes Sprachrohr missbraucht. Die Regierung Zapatero berief einen „Rat der Weisen“ ein und reformierte, dem Gutachten dieser Kommission folgend, die Institution. RTVE wurde in eine neue Körperschaft (CRTVE) umgewandelt, die horrenden Schulden wurden erlassen, die Finanzierung erfolgt durch jährlich festgelegte Subventionen aus dem Staatshaushalt. In Übereinstimmung mit mehrjährigen Programmverträgen wurde versucht, den öffentlichen Auftrag klarer zu definieren, und am 24. November 2006 wurde mit den Stimmen der Volkspartei im Parlament beschlossen, Luis Fernández

als einen von politischer Einflussnahme unabhängigen Mann zum Präsidenten von CRTVE zu ernennen. Wenig später war es mit der Harmonie vorbei, als die Volkspartei es zunächst ablehnte, im Wahlkampf die Fernsehdebatten zwischen den beiden Kontrahenten Rodríguez Zapatero und Rajoy im öffentlich-rechtlichen Fernsehen stattfinden zu lassen, weil sie meinte, diesem Medium sei nicht zu trauen.

Im Frühjahr 2008 begann die neue Körperschaft ihre Arbeit, nachdem mehr als 5.000 Stellen abgebaut worden waren. Vieles, was sich über Jahre eingeschliffen hat, muss geändert werden. Auffällig ist, dass die anderen öffentlichen Rundfunksender der Autonomen Gemeinschaften, zusammengeschlossen im Verband FORTA, sich von den Veränderungen bei RTVE nicht betroffen fühlen und unbeirrt weiterhin als hausinterne Sprachrohre der jeweiligen Regionalregierungen fungieren. Die Konkurrenz durch die privaten Fernsehsender hat in den öffentlichen Medien bedauerlicherweise zu Kollateralschäden geführt. Ein Wettlauf Richtung Schundfernsehen fand statt, in dem Programme wie "Gran Hermano" (die spanische Version von "Big Brother"), "Aquí hay tomate" oder "La isla de los famosos" ("Ich bin ein Star - Holt mich hier raus!") das sogenannte "Müllfernsehen" bedienen. Es geht nur noch um hohe Einschaltquoten, und es ist völlig egal, durch welche Geschmacksverirrungen diese erreicht werden. Die Sendungen bedienen ein Publikum, das sich an Klatsch, Intrigen und Sensationen berauscht, die von bezahlten Marionetten geliefert werden, ohne Respekt vor dem Ansehen von Personen oder Institutionen.

Aufsehen erregte während der ersten Legislaturperiode der Regierung Zapatero, im März 2007, der öffentliche Aufruf der Volkspartei, wegen einiger der Partei missliebiger Äußerungen des PRISA-Präsidenten Jesús de Polanco auf der Aktionärsversammlung alle Medien des PRISA-Konzerns zu boykottieren. Ein anderes medienwirksames Ereignis war die vom Richter Jesús del Olmo verfügte Beschlagnahme der Satirezeitschrift *El Jueves*, die in ihrer Ausgabe vom 20. Juli 2007 eine obszöne Karikatur des Kronprinzen und seiner Frau veröffentlicht hatte. Der Richterspruch löste eine heftige Debatte über die Rechtmäßigkeit und insbesondere die Wirksamkeit solcher Zensurmaßnahmen aus, weil die Karikatur nun eine nur noch größere Verbreitung fand.

Weitreichende Konsequenzen dürfte das mediale Projekt um den Fernsehsender *La Sexta* haben. Die Rechte wurden nach einer öffentlichen Ausschreibung von der Regierung im Oktober 2005 einer Gruppe von erfahrenen Medienleuten und Unternehmern im audiovisuellen Bereich (*Globomedia* und *Mediapro*) zugeschlagen: eine Gruppe, die von Zapatero klar favorisiert wurde. Diese Gruppe startete am 20. September 2007, gerade rechtzeitig zum Vorwahlkampf, auch die Tageszeitung *Público*. Dem Regierungschef schien wie allen seine Vorgängern daran gelegen, sich eine Reihe ihm treu ergebener Medien zu verpflichten. Der Verantwortliche von

*La Sexta*, Jaime Roures, musste nun Konflikte mit PRISA austragen, wenn es um Übertragungsrechte von Sportveranstaltungen und vor allem von Fußballspielen, der Goldmine des *Pay-TV*, ging, wobei auch gerichtliche Auseinandersetzungen mit *Sogecable* unvermeidlich waren.

Währenddessen zeigten die beiden großen Gegner im Wahlkampf, PSOE und PP, ihr wahres Gesicht: Sie untersagten den öffentlichen und privaten Fernsehsendern die Direktübertragung von Sitzungen der Parteispitzen und Wahlkampfveranstaltungen. Die Presseabteilungen der Parteien verteilten später Zusammenschnitte. Es kam sogar der Brauch auf, Pressekonferenzen abzuhalten, auf denen keine Fragen zugelassen waren. Diese ans "Absurde Theater" grenzende Inszenierung stieß jedoch keineswegs auf lauten Protest der in pure Dekoration verwandelten Journalisten.

Nun aber beginnt eine neue Etappe mit neuer Verteilung der medialen Rollen. Im PRISA-Konzern hat Ignacio Polanco seinen Vater als Präsident abgelöst; die Mediengruppe *Zeta* wird versteigert; neue Aufteilungen zwischen der Gruppe *Vocento* und der Zeitung *ABC* stehen in Aussicht; und die technologische Erneuerung mit dem Ende des analogen Fernsehens verspricht interessante Entwicklungen. Auch bleibt abzuwarten, ob Zapatero in seiner zweiten Legislaturperiode darauf beharrt, die ihm ergebene Gruppe um *La Sexta* und *Público* weiter auszubauen. Sie will den Medienkonzern *Zeta* samt Zeitungen, Zeitschriften und Radiosendern erwerben. Sollte es hierzu kommen, wird es zwischen der Mediengruppe der Regierung und dem PRISA-Konzern, mit *El País* als Flaggschiff, einen Zweikampf geben. Bei einer solchen Auseinandersetzung – die besonders heftig werden wird, wenn es um die finanziell attraktiven Übertragungsrechte für die Fußballliga im *Pay-TV* geht –, werden Zapateros Bemühungen um Neutralität auf dem Prüfstand stehen.

Für den PRISA-Konzern führt die Konkurrenz durch die Freunde des Regierungschefs sicher zu Einbrüchen in der Bilanz; wenn die Konzernspitze klug vorgeht, könnte sie aber auch eine Befreiung bedeuten. *El País* wäre dann nicht mehr derart gebunden wie in den vergangenen vier Jahren, als die Zeitung sich allein verantwortlich fühlte, die Regierung Zapatero gegen die Angriffe der Opposition zu unterstützen, und könnte wieder objektiver werden. Zusammen mit einer traditionsreichen und ausgewogenen Zeitung wie *La Vanguardia* aus Barcelona stünden den Lesern dann zumindest zwei Informationsquellen zur Verfügung, die den deutlich politisierten Medien "Paroli" bieten würden.

Aus dem Spanischen von Clementine Kügler